

# 令和4年度屋外広告士試験

## 問 題 B

### 広告デザイン

試験時間：13:00～14:20（退出可能時間：13:50～14:10）

次の注意をよく読んでから始めてください。

1. これは問題Bです。表紙を除き11ページ20問あります。
2. 問題はすべて必須問題です。
3. 氏名・受験地はマークシート解答用紙に記入してください。
4. 受験番号はマークシート解答用紙に記入し、該当する番号欄を鉛筆で塗りつぶしてください。
5. 解答はマークシート解答用紙の番号欄を鉛筆で塗りつぶしてください。
6. 1問に2つ以上解答した場合は正解としません。
7. 解答を訂正する場合は、消しゴムでていねいに消して訂正してください。
8. マークシート解答用紙は退席の際に回収します。
9. この問題冊子は持ち帰っても構いません。



【問1】写真で示す手前の屋外広告物2つに関する次の記述のうち、**適切でないもの**はどれか。



1. この屋外広告物は、表現性に富む形態の特徴を高めるためにも規模をさらに大きくしてシンボル的に扱うべきである。
2. この屋外広告物の魅力の一つは、ハンドメイド作品といえる表現性を生む手業にある。
3. この屋外広告物の魅力の一つは、ヒューマン・スケールの持つ親近感にある。
4. この屋外広告物は、「看板を上げる」「表看板」の成語が今に生きるような老舗店舗のアイデンティティづくりに強く関わっている。

**【問2】** コミュニケーションに関する記述の空欄に入る語の組合せとして、**正しいものはどれか。**

( a ) は、( b ) 以外によるコミュニケーションである。例えば、絵やピクトグラム、音、匂い、人の表情や( c ) など、様々な表現方法がある。

	( a )	( b )	( c )
1.	バーバルコミュニケーション	言語	会話
2.	バーバルコミュニケーション	文章	ジェスチャー
3.	ノンバーバルコミュニケーション	言語	ジェスチャー
4.	ノンバーバルコミュニケーション	文章	会話

**【問3】** 写真は、夕方から開店する居酒屋の外観を撮影したものである。この店のファサードに掲出される屋外広告物に関する記述のうち、**適切でないものはどれか。**

(開店前の状況)



(開店後の状況)



1. 開店前の状況は、昼間の穏やかなまち並みに埋没するような主張性の弱い印象を与える。
2. 店内や広告への照明は、暗いところから明るいところへ引き寄せられる人の習性を活かしたものである。
3. 開店後の状況は、視線を引き込むアイキャッチャーの性格を持ち、高いサイン効果が見られる。
4. 営業中を示す暖簾が店舗と歩道の仕切りとなって置かれることで、敷居を高くして、店に格式を持たせている。

【問4】色彩に関する記述の空欄に入る語の組合せとして、**正しいものは**どれか。

光は人間の目に入り、様々な色彩としての感覚を引き起す。

色彩には、観察者に向かって近くに見えたり遠くに見えたりする距離感に関する効果がある。これは色彩の波長の違いによるもので、赤、橙、黄のような（ a ）の色彩は近くにあるように、青、紫などの色彩は遠くにあるように見える。この効果は周りや背景となる色との（ b ）とも関係があり、（ b ）が大きいほど効果が高くなる。これらの効果を色彩の（ c ）と呼ぶ。

- |        |     |         |
|--------|-----|---------|
| (a)    | (b) | (c)     |
| 1. 長波長 | 明度差 | 進出性・後退性 |
| 2. 長波長 | 色相差 | 暖色・寒色   |
| 3. 短波長 | 色相差 | 暖色・寒色   |
| 4. 短波長 | 明度差 | 進出性・後退性 |

【問5】人の視知覚に関する記述として、**適切でないものは**どれか。

1. 「恒常性」とは、網膜に入ってくる光の像の大きさや形、明るさや色の変化、対象物の運動にもかかわらず、その対象物の見え方に網膜上の変化が影響せず同じように安定して知覚される現象をいう。
2. 視対象の形が視野に対して傾くと、網膜像の形は変化するが、知覚される形は変わらず一定に保たれる現象を「形の恒常性」という。
3. 自分から遠ざかっていく人を眺めている時、網膜像の大きさは小さくなっていくが、視知覚としてはその人がみるみる小さくなっていくということではなく、同じような身長の人が自分から遠ざかっていくと知覚される。このような知覚の現象を「運動の恒常性」という。
4. 動いている物を目で追う場合、眼球が動いている対象物以外の静止したすべての視野の網膜像も一斉に動くはずなのに、なにも動いていとは感じず視野は安定して見えている。このような知覚の現象を「位置の恒常性」という。

【問6】屋外広告物の配色と効果に関する記述として、**適切でないものはどれか。**

1. 一般に配色とは2色以上の色の組合せを指し、その目的には大きく分けて美的効果と機能的効果がある。
2. 配色に期待される効果のうち、美的効果とはその配色が美しく快いと感じるもので、配色が施された広告物の価値を高める効果である。
3. 配色に期待される効果のうち、機能的効果とは図と地の配色によって文字や図柄を見やすくしたり読みやすくしたりする効果である。
4. 色彩調和は主に機能的効果が發揮された状態であり、配色においては美的効果よりも機能的効果が優先されるべきである。

【問7】写真は今年の春に撮影した桜の花の風景である。

桜の花の色に関する次の記述のうち、**適切でないものはどれか。**



1. 桜色は、明度と彩度が関係する心理的効果で、柔らかい印象を与えることがある。
2. J I S 「物体色の色名」の系統色名で桜色は、ごくうすい紫みの赤と表示される。
3. 写真に見る桜の花と草本の緑の葉は、ともにうすい色調で彩度が類似の関係にある。
4. J I S 「物体色の色名」のマンセル表示で桜色は、10RP9/2.5と表示されている。

【問8】照明光源の種類と特性及び広告物での利用についての組合せとして、**正しいものは**どれか。

特　　性		広告物での利用
1. 荧光灯	点光源、赤・橙色が強調される	投光光源
2. 白熱ランプ	面光源、青色分布域を多く含む	内照式サインの光源
3. ネオン管	文字や図形に沿わせた線光源	点滅式広告塔、アート作品
4. LED	線光源、紫色系の発色が良くない	投光光源・道路照明光源

【問9】光の明るさや特徴を示すために定義された指標はいくつかあるが、それらの説明として、**適切なものは**どれか。

1. 照度とは、光の輝きの度合いやまぶしさを示す尺度で、単位はcd/m<sup>2</sup>（カンデラ毎平方メートル）である。
2. 演色性とは、照明による色の見え方が、自然光（太陽光）に当たった時の色と比べてどの程度再現しているかを表したもので、平均演色評価数Ra（アールエー）で表される。
3. 色温度とは、ある光源から放射される、ある一定方向への立体的な角度の範囲内の光の量を示す尺度で、単位はcd（カンデラ）である。
4. 輝度とは、照明によって照らされている場所の明るさを示す尺度で、単位はlx（ルクス）である。

【問10】読みやすい屋外広告物に関する記述の空欄に入る語の組合せとして、**正しいものは**どれか。

屋外広告物で伝えられる情報内容はそれほど多くない。利用者が（ a ）で伝達内容を読み取れるように、情報に優先度を付けて整理し、序列化することが重要である。文字の大きさは、（ b ）を確保すると共に、（ c ）に悪影響を与えないよう必要以上に大きくしないように留意する。

( a )      ( b )      ( c )

- |        |     |     |
|--------|-----|-----|
| 1. 長時間 | 判読性 | 交 通 |
| 2. 短時間 | 判読性 | 景 觀 |
| 3. 長時間 | 誘目性 | 景 觀 |
| 4. 短時間 | 誘目性 | 交 通 |

【問11】サイン文字の可読性や視認性に関する記述として、**適切でないものは**どれか。

1. 文字の大きさとは文字設計時の枠の高さ（文字高）を指し、欧文の場合は小文字の高さ（ベースライン～ミーンラインの間）を指す。
2. サイン文字の可読性には、様々な条件が関わっているが、特にサインと背景の関係や文字とサイン面の明るさのコントラストが可読性や視認性に強く影響を与えるとされる。
3. 白抜き文字のサインは、全照明下では暗い背景によって網膜の感度が高まり、白い文字を鮮やかに感じさせ視認性が高まる。
4. 可読性とは、サインの文字内容が読み取られる程度を示すものであるのに対して、視認性とは、サインや文字などの存在が視覚的に認知される程度を表す。

【問12】屋外広告物の読みやすさに関する記述として、**適切なものは**どれか。

1. タイトルやサインの文字は、黒地に白文字の場合は文字をやや太めに、白地に黒文字の場合はやや細めの文字にするほうが見やすい。
2. 人の目が一箇所に滞留する時間はだいたい0.03秒といわれており、瞬時に情報を伝達できるかどうかで屋外広告物の効果が決まる。
3. 文字を必要以上に大きくすると景観に悪影響を与えることもあるので、交通標識の4倍程度までを目安にする。
4. 歩行者が1.5m位離れて見る案内板などの文字は1cmが最低の大きさである。

【問13】欧文書体（a）、（b）、（c）の書体名の組合せとして、**正しいもの**はどれか。

(a) Sign Design ABCabc123

(b) Sign Design ABCabc123

(c) Sign Design ABCabc123

(a)

(b)

(c)

- |          |        |             |
|----------|--------|-------------|
| 1. ボドニ   | フルティガー | スネル・ラウンドハンド |
| 2. ボドニ   | ヘルベチカ  | プラッシュ       |
| 3. ギャラモン | フルティガー | プラッシュ       |
| 4. ギャラモン | ヘルベチカ  | スネル・ラウンドハンド |

【問14】屋外広告物のデザインに関する記述として、**適切でないものはどれか。**

1. デザインに求められる経済性とは、支持体の材質や構造、印刷方法等の最適な選択と組合せであり、環境負荷の低減対策も含まれる。
2. 広告である以上、目立つことは必要であるが、そのために景観との調和を無視することは許されない。
3. デザインに求められる審美性とは、読みやすさや理解しやすさである。
4. 屋外広告物が、一定の場所に長く在ることで人々に親しまれ、街の顔になる場合がある。

【問15】屋外広告物の画面を構成する主要なグラフィック要素であるサインやシンボルに関する記号論的な定義における、記号の内容Aと記号の表現Bの関係を示す記述として、**適切なものはどれか。**

1. 直接知覚しにくい記号の内容Aを近接性の原理に基づく記号の表現Bで示すとき、BをAの図像とよぶ。
2. 記号の内容Aと記号の表現Bの間に幾何学的類似もしくは相似性が認められるとき、BをAの指標とよぶ。
3. 明快なイメージが共有されている記号の内容Aを直接的な形態による記号の表現Bで示すとき、BをAの隠喩とよぶ。
4. 記号の内容Aと記号の表現Bが直感的な類比によって結ばれているとき、BをAの象徴とよぶ。

【問16】写真は、展望台から遠方の山並みを撮影したものである。

この写真に現れているような空気遠近法の見え方について解説した記述として、**適切でないものはどれか。**



1. 遠くにある対象は、必ず青みがかかるて見える。
2. 遠くにある対象ほど輪郭線が不明瞭になる。
3. 遠くにある対象ほど彩度が低下し明度は高くなる。
4. 遠くにある対象は、開口色（面色）的見え方をする。

【問17】良好な都市景観の形成に配慮した屋外広告物の規模や、総量のありかたに関する記述として、**適切でないものはどれか。**

1. 街路の幅員や道路面からの高さのレベルによって、掲出される屋外広告物の規模や総量、密度等を設定するなど、きめの細かい規制や誘導が有効である。
2. 一定の市街地の範囲に掲出される屋外広告物表示面積の総和は、当該地区的都市景観の評価に直接的にかつ最も強く影響するものである。
3. ある地区における個々の屋外広告物の規模やその総量については、商業地区や業務地区、文教地区など、地区ごとの特性にあわせた規制や誘導が必要である。
4. 屋外広告物が掲出されることを前提として設計されていない建築物等では、掲出後に景観的なバランスを著しく損なうことがある。

【問18】サイン製作プロセスの調査・分析項目とその中の作業内容の組合せとして、**正しいものは**どれか。

- | 調査・分析の項目   | 作業内容  |
|------------|---|
| 1. 現場調査    | — 道行く人や売られているものを見るタウン・ウォッチング調査。                     |
| 2. 参考事例調査  | — メッセージを伝えたい相手について年齢や性別、ライフスタイルなどを調べ、好ましいイメージを分析する。 |
| 3. ターゲット調査 | — 沿道の計画では、実際に車を走行させて見え方や状況確認を行う。                    |
| 4. 素材調査    | — 適合する材料や加工法について調査し、材料の調達の可能性も合わせて発注先に確認をとる。        |

【問19】デザイン・製作プロセスの実施設計図とその説明の組合せとして、**誤っているものは**どれか。

- |             |                         |
|-------------|-------------------------|
| 1. サイン配置図   | — サインの設置場所が記入された地図。     |
| 2. サイン意匠図   | — 器具の形状、大きさ、仕様等を明示した図面。 |
| 3. サイン構造図   | — 基礎や取付方法を含む図面、構造計算書。   |
| 4. サイン表示画面図 | — 書体や色指定、加工方法を明示した図面。   |

【問20】ラッピング広告に関する記述の、空欄に入る語の組合せとして、**正しいもの**はどれか。

ラッピング広告は、シート材と（a）の活用によって、バス、鉄道などの輸送車両や（b）等の形状に対応して貼付け、広告メディアとして用いられている。車体全体をサインにする迫力がある一方で景観に与える影響も大きい。東京都ではラッピングバス等車体利用広告デザインの（c）の運用により都市景観との調和、優良なデザインへの誘導が図られている。

(a) (b) (c)

- |          |       |      |
|----------|-------|------|
| 1. 大型出力機 | パッケージ | 試験   |
| 2. 大型出力機 | 建物    | 自主審査 |
| 3. シート加工 | 建物    | 試験   |
| 4. シート加工 | パッケージ | 自主審査 |